



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**  
**MENINGKATKAN KESADARAN ORANG TUA**  
**TERHADAP ANAK *DOWNS SYNDROME***

**Laporan Tugas Akhir**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Rira Riamita Cunardi  
NIM : 13120210410  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2017**

## **LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rira Riamita Cunardi

NIM : 13120210410

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENINGKATKAN KESADARAN ORANG TUA TERHADAP ANAK DOWN SYNDROME**

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 07 Juni 2017

Rira Riamita Cunardi



**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**Perancangan Kampanye Sosial Meningkatkan Kesadaran**

**Orang Tua Terhadap Anak *Down Syndrome***

Oleh

Nama : Rira Riamita Cunardi

NIM : 13120210410

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 07 Juli 2017

Pembimbing

Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Chara Susanti, S.Ds., M.Ds.

Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi

Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan penulis sedang menjalankan Tugas Akhir dengan baik. Penulis menemukan judul Tugas Akhir yang mencari ide dengan tepat yaitu Perancangan Kampanye Meningkatkan Kesadaran Orang Tua Terhadap Anak *Down Syndrome* agar tugas ini dapat menyelesaikan masalah.

Selama proses Tugas Akhir, penulis banyak mengimplikasikan pembetulan terkait dengan tema Tugas Akhir sehingga penulis dapat pengetahuan melalui studi literatur, metode pengumpulan data dan metode perancangan yang penulis ide agar penulis dapat mengasah ilmu sedalam-dalamnya. Penulis sadar bahwa penulisan tugas akhir sangat jauh dari mahasiswa sudah lulus. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada :

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara, Gading Serpong.
2. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing yang memberikan penjelasan yang benar dan memasukkan laporan tugas akhir secara penting sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir.
3. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Ketua Sidang dan mengajar dan membantu penjelasan dalam tugas akhir di kelas seminar.

4. Chara Susanti, S.Ds., M.Ds. selaku Dosen penguji yang memberi kritik karya desain penulis maupun laporan tugas akhir.
5. Oom Komariah selaku Sekretaris POTADS yang menerima surat izin mengenai wawancara terkait anak *down syndrome* di Indonesia.
6. Aryani Saida selaku Ketua I POTADS yang menerima wawancara mengenai anak *down syndrome* terkait yayasan POTADS.
7. Teman-teman penulis selalu mendukung dan beri semangat penulis membuat karya hasil penulis ide dan mengisi laporan tugas akhir dengan cepat selesai.
8. Teman-teman perjuangan yang selalu mendukung dan membantu penulis saat penulis sempat mengalami kesulitan secara satu sama lain adalah Amelia Hageswari Ruby, Novyanti Santoso, Stephannie Surya, Luthfi Herdiansyah, Kenny Kadir, Ulfa Khoyrunnisa, Andrea Tania, Indriani Viona, Melissa Lauwira.
9. Keluarga penulis tetap mendukung penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir untuk syarat kelulusan sarjana satu secara sebesar-besarnya. Percayalah kepada orang tua yang membangun semangat baru untuk penulis melakukan apa pun dengan susah payah.

Tangerang, 07 Juni 2017

Rira Riamita Cunardi

## ABSTRAKSI

Orang tua yang baru saja memiliki anak *down syndrome* sempat memiliki tidak berpengetahuan dan merasa kepanikan. Pengetahuan adalah sebuah pengembangan pengetahuan ini sangat penting untuk dapat mengetahui informasi yang sudah ada. *Down syndrome* merupakan suatu kondisi yang paling sering terjadi kelainan genetik di dunia. Penulis menemukan ide untuk pemilihan topik penulis yang mengusulkan ide yaitu perancangan kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran orang tua terhadap anak *down syndrome* untuk masyarakat akan sadar dan harus tahu apa yang dinamakan mengenai *down syndrome* dan merawat anak *down syndrome*. Anak *down syndrome* termasuk anak kebutuhan khusus seperti penyandang disabilitas. Anak *down syndrome* sama dengan tuna grahita. Kampanye sosial mencari solusi masalah yang dapat diselesaikan dengan baik. Kampanye merupakan suatu kegiatan yang membangun efek terhadap khalayak.

Kata kunci : Pengetahuan, *Down Syndrome*, Kampanye



## **ABSTRACT**

*Parents who have just had a child with down syndrome so haven't knowledgeable and feel panic. The knowledgeable is very important to be able the information that already exists. Down syndrome is condition the most often abnormal genetic disorders in this world. The author find my idea to choose topic that propose is campaign design social for awareness improve about child with down syndrome so the community must awareness and knowledgeable which is called down syndrome and attend child with down syndrome. Child with down syndrome is the child special need such as person with disabilities. The child with down syndrome same with mental disabled. Campaign social must find the problem for solution until be resolved well. Campaign is something who activities to build effect toward the audiences.*

*Keywords: Knowledgeable, Down Syndrome, Campaign*



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XVI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir .....	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. <i>Down Syndrome</i> .....	7
2.1.1. Sejarah <i>Down Syndrome</i> .....	7
2.1.2. Definisi Anak <i>Down Syndrome</i> .....	8

2.1.3. Penyebab Anak <i>Down Syndrome</i> .....	9
2.1.4. Ciri-ciri Anak <i>Down Syndrome</i> .....	9
2.1.5. Jenis-jenis Anak <i>Down Syndrome</i> .....	11
2.1.6. Gangguan Anak <i>Down Syndrome</i> .....	13
2.1.7. Hal yang dilakukan jika anda memiliki anak <i>down syndrome</i> .....	14
2.2. Teori komunikasi dalam kampanye Sosial.....	18
2.2.1. Definisi Kampanye Sosial .....	19
2.2.2. Jenis-jenis Kampanye.....	22
2.2.3. Model-model Kampanye.....	23
2.2.4. Teknik Kampanye .....	30
2.2.5. Strategi Komunikasi.....	31
2.2.6. Persuasi Komunikasi.....	32
2.2.7. Visualisasi Persuasi.....	33
2.2.8. Media Kampanye.....	34
2.3. Desain Komunikasi Visual.....	36
2.3.1. Definisi Desain Grafis.....	37
2.3.2. Prinsip Desain.....	37
2.3.3. Warna.....	38
2.3.4. Tipografi.....	41
2.3.5. Layout .....	44
2.3.6. Fotografi.....	49
2.3.7. Ilustrasi.....	50
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>52</b>

3.1. Data Penelitian .....	52
3.1.1. Wawancara dr. Eva Devati Harmoniati, SpA .....	52
3.1.2. Wawancara dr. Jerio Wijaya, Sp.Og.....	54
3.1.3. Wawancara Yayasan POTADS.....	56
3.1.4 Wawancara Orang tua baru saja memiliki anak <i>down syndrome</i> .....	58
3.1.5 Observasi di Rumah Sakit Harapan Kita .....	59
3.1.6. Observasi di Yayasan POTADS.....	61
3.1.7. Profil Penyelenggara Kampanye.....	62
3.1.7.1. Logo POTADS.....	62
3.1.7.2. Sejarah POTADS.....	63
3.1.7.3. Visi dan Misi.....	63
3.1.7.4. Program.....	64
3.1.7.5. Donatur dan relasi masalah.....	65
3.1.7.6. Dokumentasi kampanye yang pernah dibuat sebelumnya... ..	65
3.2. Mind Mapping .....	69
3.3. Konsep kreatif.....	71
3.4. Metodologi Perancangan.....	71
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>74</b>
4.1. Perancangan konsep .....	74
4.1.1. Strategi.....	74
4.1.1.1.Strategi Komunikasi.....	74
4.1.1.2.Strategi Visual.....	75
4.1.1.3.Strategi Media.....	76

4.1.2. Tujuan perancangan.....	77
4.1.3. Referensi karya.....	77
4.1.4. Sketsa Perancangan.....	78
4.1.5. Logo Kampanye.....	82
4.1.6. Jenis Kampanye.....	84
4.1.7. Pesan Kampanye.....	84
4.1.8. Media Kampanye.....	85
4.1.9. Analisis SWOT.....	85
4.2. Aplikasi Kreatif.....	86
4.2.1. Media Utama .....	86
4.2.2. Media Pendukung.....	97
4.2.2.1. <i>Web Banner</i> .....	98
4.2.2.2. <i>Media Sosial</i> .....	99
4.2.3. <i>Gimmick</i> .....	102
4.2.4. <i>Merchandise</i> .....	104
4.3. <i>Media Plan</i> .....	106
4.4. <i>Budgeting</i> .....	107
4.5. Analisis.....	108
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>110</b>
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Saran.....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>XIV</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Anak <i>down syndrome</i> .....	8
Gambar 2.2. Hamil pada usia Ibu .....	9
Gambar 2.3. Ciri-ciri anak <i>down syndrome</i> .....	10
Gambar 2.4. <i>Trisomy 21</i> .....	11
Gambar 2.5. <i>Translocation</i> .....	12
Gambar 2.6. <i>Mosaic down syndrome</i> .....	12
Gambar 2.7. Contoh kampanye sosial sampah .....	19
Gambar 2.8. Empat jenis prinsip persepsi visual .....	38
Gambar 2.9. Warna primer.....	39
Gambar 2.10. Warna sekunder.....	40
Gambar 2.11. Warna tersier .....	40
Gambar 2.12. Warna netral .....	41
Gambar 2.13. Anatomi Huruf .....	42
Gambar 2.14. Jenis Huruf .....	44
Gambar 2.15. Layout <i>Proportion</i> .....	45
Gambar 2.16. Layout <i>Balance</i> .....	46
Gambar 2.17. Layout <i>Contrast</i> .....	47
Gambar 2.18. Layout <i>Rhythym</i> .....	48
Gambar 2.19. Layout <i>Unity</i> .....	49
Gambar 2.20. Model Fotografi.....	50
Gambar 2.21. Ilustrasi.....	51
Gambar 3.1. Penulis bersama dokter di Rumah Sakit .....	54

Gambar 3.2. Penulis bersama dokter kandungan .....	56
Gambar 3.3. Ibu Aryani bersama penulis saat wawancara .....	57
Gambar 3.4. Orang tua bersama bayi <i>down syndrome</i> .....	59
Gambar 3.5. Orang tua sedang menunggu di Rumah Sakit .....	60
Gambar 3.6. Orang tua setia menemani anak <i>down syndrome</i> di POTADS.....	61
Gambar 3.7. Logo POTADS .....	62
Gambar 3.8. POTADS di jaksel.....	66
Gambar 3.9. Kampanye POTADS .....	67
Gambar 3.10. Foto HSDD 2016.....	68
Gambar 3.11. Video NET5 .....	69
Gambar 3.12. <i>Mind mapping</i> .....	69
Gambar 3.13. <i>Mind mapping</i> target khalayak .....	70
Gambar 4.1. Referensi Karya ilustrasi .....	77
Gambar 4.2. Referensi brosur .....	78
Gambar 4.3. Sketsa brosur yang berisi informasi .....	79
Gambar 4.4. Sketsa kasar ilustrasi .....	79
Gambar 4.5. Sketsa Kasar 2 .....	80
Gambar 4.6. Sketsa kasar 3 .....	80
Gambar 4.7. Sketsa kasar 4 .....	81
Gambar 4.8. Sketsa Poster .....	81
Gambar 4.9. Sketsa logo kampanye .....	82
Gambar 4.10. Alternatif logo kampanye .....	83
Gambar 4.11. Finish Logo Kampanye .....	84

Gambar 4.12. Poster untuk menyentuh Ibu.....	87
Gambar 4.13. Alternatif_1 .....	88
Gambar 4.14. Alternatif_2 .....	89
Gambar 4.15. Alternatif_3 .....	90
Gambar 4.16. Alternatif_4 .....	91
Gambar 4.17. Alternatif_5 .....	92
Gambar 4.18. Alternatif_6 .....	93
Gambar 4.19 Alternatif_7 .....	94
Gambar 4.20. Alternatif_8.....	95
Gambar 4.21. Brosur_1 .....	96
Gambar 4.22 Brosur_2 .....	97
Gambar 4.23. <i>Web Banner</i> .....	99
Gambar 4.24. <i>Fanpage Facebook</i> .....	100
Gambar 4.25. <i>Twitter</i> .....	100
Gambar 4.26. <i>Instagram Post</i> .....	101
Gambar 4.27. Pin Peniti .....	102
Gambar 4.28. Ganci .....	103
Gambar 4.29. <i>Sticker</i> .....	104
Gambar 4.30. <i>Tote Bag</i> .....	105
Gambar 4.31. Buku Kecil.....	106

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1. Strategi Komunikasi.....	75
Tabel 4.2. Strategi Visual.....	76
Tabel 4.3. Strategi Media.....	76
Tabel 4.4. Media Plan dalam bulan Maret awal sampai akhir .....	107
Tabel 4.5. Perincian biaya kampanye.....	107

UMN

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN A: SURAT IZIN UNTUK WAWANCARA.....XVI**

**LAMPIRAN B: LEMBARAN BIMBINGAN .....XX**

**LAMPIRAN C: BUKTI VALIDASI KEUANGAN.....XXIII**

UMN